# COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Levallois, le 26 juillet 2016

Mediametrie

## Audience Internet Ordinateur en France en juin 2016

### 11,7 millions de visiteurs uniques sur les sites Internet de transport terrestre : un record depuis août 2012

En juin 2016, 11,7 millions d'internautes se sont rendus au moins une fois sur un site de la sous-catégorie « Transport terrestre » depuis leur ordinateur, soit près d'un internaute sur 4 (24,7%). C'est l'audience la plus élevée depuis août 2012. A l'aube des vacances d'été, le mois de juin est propice à la visite de ces sites. Les mouvements de grève dans les transports publics qui ont émaillé le mois de juin ont également favorisé ces visites.

Au quotidien, 1,1 million de Français se connectent sur ces sites de transport pour s'informer ou préparer leur déplacement. Les internautes privilégient la semaine pour les consulter : ils sont 1,2 million en moyenne chaque jour de semaine contre 903 000 le week-end.

Les CSP+ sont les plus en affinité avec les sites de la sous-catégorie : ils composent 44,6% de son audience alors qu'ils représentent 27,6% de la population internaute. En juin 2016, près de 2 internautes CSP+ sur 5 consultent ces sites, soit 5,2 millions de visiteurs uniques.

Les individus âgés entre 25 et 34 ans se retrouvent également en nombre sur ces sites. 2 millions d'entre d'eux ont visité au moins une fois un site de « Transport terrestre » sur la période étudiée. Alors qu'ils composent 13,6% de l'audience Internet sur ordinateur, ils représentent près d'un tiers de l'audience de ces sites (30,6%).

En juin 2016, SNCF est la marque la plus consultée de la sous-catégorie avec près de 3,8 millions de visiteurs uniques. Arrivent en 2ème et 3ème positions les marques RATP et BlaBlaCar avec respectivement 2,2 et 2 millions de visiteurs uniques.

**Top 3 des brands de la sous-catégorie « Transport terrestre » en juin 2016**

| Rang | Brands | Nombre de visiteurs uniques | Couverture internaute |
|---|---|---|---|
| 1 | SNCF | 3 770 000 | 7,9% |
| 2 | RATP | 2 236 000 | 4,7% |
| 3 | BlaBlaCar | 1 989 000 | 4,2% |

Source : Mediametrie//NetRatings – Tous lieux de connexion – Applications Internet incluses – France – juin 2016 – Base : 2 ans et plus – Copyright Médiamétrie – Tous droits réservés

# COMMUNIQUÉ DE PRESSE

mediametrie // NetRatings

Audience Internet Ordinateur en France en juin 2016

## Le Top 50 des Groupes les plus visités en France

| Rang | Groupes | Visiteurs Uniques par mois |
|---|---|---|
| 1 | Google | 41 906 000 |
| 2 | Microsoft | 35 649 000 |
| 3 | Facebook | 27 871 000 |
| 4 | Groupe Figaro CCM Benchmark | 23 554 000 |
| 5 | Orange | 19 803 000 |
| 6 | Webedia | 19 398 000 |
| 7 | Solocal Group | 19 197 000 |
| 8 | Schibsted | 16 733 000 |
| 9 | Wikimedia Foundation | 15 854 000 |
| 10 | Amazon | 15 541 000 |
| 11 | Groupe Lagardere | 14 833 000 |
| 12 | Iliad | 14 780 000 |
| 13 | Vivendi | 14 457 000 |
| 14 | Prisma Media | 13 772 000 |
| 15 | Groupe Auchan | 13 319 000 |
| 16 | M6 | 12 980 000 |
| 17 | Yahoo | 12 866 000 |
| 18 | Groupe Le Monde | 12 745 000 |
| 19 | La Poste | 12 568 000 |
| 20 | Groupe Credit Agricole | 12 390 000 |
| 21 | Groupe Casino | 11 718 000 |
| 22 | Groupe Numericable - SFR | 10 844 000 |
| 23 | francetélévisions | 10 056 000 |
| 24 | eBay | 9 879 000 |
| 25 | Altice Media Group | 9 849 000 |
| 26 | Gouvernement Francais | 9 504 000 |
| 27 | Ministere de l Education Nationale | 9 170 000 |
| 28 | auFeminin | 9 117 000 |
| 29 | SNCF France | 9 052 000 |
| 30 | Meteo France | 8 983 000 |
| 31 | Apple Computer | 8 624 000 |
| 32 | Association VideoLAN | 8 620 000 |
| 33 | Next Radio TV | 8 562 000 |
| 34 | Groupe TF1 | 8 534 000 |
| 35 | Carrefour | 8 308 000 |
| 36 | Fnac | 8 162 000 |
| 37 | Ministere de l Economie des Finances et de l Industrie | 7 971 000 |
| 38 | Groupe Amaury | 7 668 000 |
| 39 | Assurance Maladie | 7 364 000 |
| 40 | OTTO | 7 189 000 |
| 41 | 20 Minutes France | 7 051 000 |
| 42 | Societe Generale | 6 706 000 |
| 43 | Pole Emploi | 6 681 000 |
| 44 | Mondadori | 6 661 000 |
| 45 | Groupe Le Parisien | 6 635 000 |
| 46 | Twitter | 6 379 000 |
| 47 | Michelin | 6 363 000 |
| 48 | Kingfisher | 6 195 000 |
| 49 | Credit Mutuel | 6 045 000 |
| 50 | La Redoute | 5 870 000 |

Source : Mediametrie//NetRatings – Tous lieux de connexion – Applications Internet incluses – France – juin 2016 – Base : 2 ans et plus – Copyright Médiamétrie – Tous droits réservés

# COMMUNIQUÉ DE PRESSE

mediametrie // NetRatings

Audience Internet Ordinateur en France en juin 2016

## Le Top 50 des Sites les plus visités en France

| Rang | Marques | Visiteurs uniques par mois | Visiteurs uniques par jour |
|---|---|---|---|
| 1 | Google | 40 921 000 | 16 529 000 |
| 2 | Facebook | 27 719 000 | 8 677 000 |
| 3 | YouTube | 24 896 000 | 4 635 000 |
| 4 | Microsoft | 24 409 000 | 3 231 000 |
| 5 | Orange - T | 18 490 000 | 5 029 000 |
| 6 | Leboncoin.fr - TS ACPM | 16 707 000 | 2 686 000 |
| 7 | Skype | 16 361 000 | 4 401 000 |
| 8 | Windows Live | 16 177 000 | 2 690 000 |
| 9 | Wikipedia | 15 532 000 | 1 616 000 |
| 10 | Amazon | 15 152 000 | 1 590 000 |
| 11 | PagesJaunes | 14 768 000 | 1 195 000 |
| 12 | Free | 14 167 000 | 1 733 000 |
| 13 | Yahoo - T | 11 471 000 | 2 421 000 |
| 14 | Cdiscount | 10 799 000 | 886 000 |
| 15 | SFR | 10 085 000 | 1 947 000 |
| 16 | France Televisions - TS ACPM | 10 036 000 | 857 000 |
| 17 | MSN - T | 10 014 000 | 2 122 000 |
| 18 | Outlook (Outlook.com) | 9 408 000 | 2 308 000 |
| 19 | Blogger | 9 340 000 | 713 000 |
| 20 | Linternaute.com - TS | 9 314 000 | 557 000 |
| 21 | CommentCaMarche - TS | 9 035 000 | 515 000 |
| 22 | Meteo France - TS | 8 983 000 | 1 013 000 |
| 23 | Le Monde - TS ACPM | 8 697 000 | 852 000 |
| 24 | Apple | 8 620 000 | 949 000 |
| 24 | Videolan | 8 620 000 | 1 200 000 |
| 26 | Bing | 8 619 000 | 1 409 000 |
| 27 | Le Figaro - TS ACPM | 8 604 000 | 844 000 |
| 28 | Mappy | 8 178 000 | 565 000 |
| 29 | Fnac | 8 136 000 | 615 000 |
| 30 | Credit Agricole | 7 906 000 | 1 393 000 |
| 31 | impots.gouv.fr | 7 508 000 | 444 000 |
| 32 | OverBlog | 7 455 000 | 472 000 |
| 33 | eBay | 7 367 000 | 958 000 |
| 34 | Assurance Maladie | 7 361 000 | 566 000 |
| 35 | L Equipe - TS ACPM | 7 265 000 | 993 000 |
| 36 | 20minutes.fr - TS ACPM | 7 017 000 | 601 000 |
| 37 | Dailymotion - TS | 6 816 000 | 481 000 |
| 38 | LA POSTE | 6 805 000 | 993 000 |
| 39 | Voyages-Sncf.com | 6 734 000 | 498 000 |
| 40 | Pole Emploi | 6 661 000 | 753 000 |
| 41 | Le Parisien - TS ACPM | 6 635 000 | 484 000 |
| 42 | Service-Public.fr | 6 542 000 | 389 000 |
| 43 | AlloCine - TS | 6 537 000 | 481 000 |
| 44 | Tele Loisirs - TS ACPM | 6 471 000 | 934 000 |
| 45 | Twitter.com | 6 324 000 | 692 000 |
| 46 | L Express.fr - TS ACPM | 6 281 000 | 407 000 |
| 47 | MYTF1 - T | 6 066 000 | 491 000 |
| 48 | Le Journal des Femmes - TS | 6 025 000 | 350 000 |
| 49 | La Redoute | 5 870 000 | 419 000 |
| 50 | Marmiton - TS | 5 855 000 | 325 000 |

Source : Mediametrie//NetRatings – Tous lieux de connexion – Applications Internet incluses – France – juin 2016 – Base : 2 ans et plus - Copyright Médiamétrie – Tous droits réservés

## Définitions et méthodologie

**Groupe ou Parent (P)** : Le Parent est un niveau qui consolide l'audience d'un ensemble de marques (Brand). Il est important de noter qu'une brand ne peut être comptabilisée que dans un seul Parent.

Le Parent est la société qui est l'actionnaire principal des brands (et non des URLs) qui lui sont rattachées.

**Marque ou Brand (B)** : La Brand est le niveau « marque ». Une brand est un agrégat de domaines, de sous-domaines et/ou de pages identifiés par un même logo de façon cohérente et homogène.

**Channel (C)** : Le Channel désigne une thématique/chaîne. Il rassemble les contenus d'une marque qui ont une même thématique. Ce niveau est un sous-ensemble d'URLs de la Brand recoupant la même thématique (exemple : news, mails, etc.).

**Visiteurs Uniques par mois** : Nombre total d'individus ayant visité un groupe ou un site au moins une fois pour le mois concerné quel que soit leur lieu de connexion : domicile, travail, autres lieux. Les individus ayant visité le même groupe (ou le même site) plusieurs fois ne sont comptés qu'une seule fois.

**Visiteurs Uniques par jour** : Nombre d'individus ayant visité un site au moins une fois au cours d'une journée moyenne pour le mois concerné. Les individus ayant visité le même site plusieurs fois ne sont comptés qu'une seule fois pour cette journée.

**Application Internet** : Une application Internet regroupe tout fichier « .exe » repéré par le logiciel et qui a été créée pour être utilisée avec Internet.

- Exemples d'applications Internet : applications de messageries instantanées, applications de lecteurs de contenu audio/vidéo, applications de partage de fichiers média…

- Exemples d'applications non Internet : les logiciels basiques (traitement de texte, logiciels de base de données, etc.), les programmes d'installation, les systèmes d'exploitation ou autres logiciels systèmes (impression, etc.).

La mesure d'audience des sites Internet est hybride depuis les résultats du mois d'août 2012. Une notification accompagne le nom des Brands :

- les acteurs ayant participé à la mesure par l'implémentation d'un **T**ag sur au moins 50 % de leur périmètre sont notifiés d'un « **T** »
- les acteurs dont le périmètre est intégralement taggé sont notifiés d'un « **TS** » (pour **T**aggé 100 % **S**ite-Centric)
- les acteurs dont le périmètre est intégralement taggé et certifié par l'**ACPM*** sont notifiés d'un « **TS ACPM** »

* ACPM : Alliance pour les Chiffres de la Presse et des Médias, fusion de l'OJD et d'Audipresse.

Source : Mediametrie//NetRatings – Tous lieux de connexion – Applications Internet incluses – France – juin 2016 – Base : 2 ans et plus - Copyright Médiamétrie – Tous droits réservés

### La mesure de l'Audience Internet Ordinateur

La mesure de l'Audience Internet Ordinateur s'appuie sur le Panel France de Mediametrie//NetRatings, un échantillon de 20 000 individus, recrutés par téléphone et sur Internet, représentatif de la population des internautes français sur ordinateur âgés de 2 ans et plus, résidant en France et disposant d'un accès Internet à domicile et / ou sur le lieu de travail. La mesure de l'Audience Internet Ordinateur est hybride depuis les résultats d'août 2012. Unique et innovante, la méthodologie hybride consiste à enrichir les données du panel Mediametrie//NetRatings par des données site-centric issues des mesures certifiées par l'ACPM, de la mesure eStat et d'un tag light proposé aux acteurs ne disposant pas d'une mesure site-centric certifiée. Les informations d'audience et d'usage Internet sur ordinateur sont disponibles mensuellement sur plus de 8 000 sites, par cible (les femmes, les jeunes, les seniors, les cadres…), par catégorie de sites (sites d'actualités, sites e-commerce, sites de voyages…) et par lieu de connexion (domicile, lieu de travail, domicile et travail ou tous lieux de connexion).

### *A propos de Médiamétrie et Mediametrie//NetRatings*

*Leader des études médias, Médiamétrie observe, mesure et analyse les comportements du public et les tendances du marché. Créée en 1985, Médiamétrie développe ses activités en France et à l'international sur la Télévision, la Radio, l'Internet, le Cinéma, le Téléphone Mobile, la Tablette et le Cross-Médias. En 2015, Médiamétrie a réalisé un chiffre d'affaires de 85,8 M€.*

*Mediametrie//NetRatings est la société créée et détenue conjointement par Médiamétrie et Nielsen. Mediametrie//NetRatings développe et commercialise en France les mesures de référence de l'audience Internet et de l'efficacité online.*

*Web : www.mediametrie.fr*
*Twitter : www.twitter.com/Mediametrie*
*Facebook : www.facebook.com/Mediametrie*

**Contact Presse :**
*Benoit David*
Tél : 01 71 09 93 18
bdavid@mediametrie.fr